

黑科技对消费者而言,或是便利或是欣喜,但黑科技产品在实际使用中却不见得实用。中国消费者协会(以下简称“中消协”)近日发布的一份“扫地机器人比较试验结果”显示,20款样品扫地机器人的清洁性能差异较为明显,性能优劣不一定与价格高低成正比。这让打算“解放双手”的居家消费者放不下手中的工具。



选对扫地机器人才能真“省事”

多款扫地机器人清洁效果差

有了扫地机器人就不用动手扫地了吗?答案并不理想。4月10日,中消协发布的比较试验结果显示,对20款扫地机器人样品进行了比较试验,目前,市场上价格较贵及国外品牌的扫地机器人基本无擦地功能,以纯清扫为主。

据介绍,比较试验的20款样品价格在799-7499元不等。比较试验模拟消费者的使用场景,针对样品的安全性和清扫效果进行测试和比较。功能性评测项目主要涉及清扫覆盖率、清洁能力、工作时的越障能力、自动回充、续航、噪音等。

比较试验结果显示,各样机清洁率差异很大,松下品牌型号为MC-WRC67的滚刷式扫

地机器人的地板清洁率仅为29.63%。相比之下,另一品牌的吸口式扫地机器人售价为999元,售价约为上述松下扫地机器人的1/3,但该产品的地板清洁率为83.81%,地板清洁效果远高于上述松下品牌的产品。

此外,在整体清洁性能方面,样品差异较为明显。覆盖率是判断一款扫地机器人智能化水平高低的重要指标,即在清扫过程中是否存在漏扫的可能。售价为4158元的Ecovacs科沃斯“DM86G”、3582元的“FMART福玛特”FM-570以及FMART福玛特“YZ-Q2”这3款样品,在规定的清扫时间中遗漏明显,覆盖率较低。

百亿市场待分割

尽管黑科技近年来被提及率越来越高,不过扫地机器人却在十多年前便进入市场。资料显示,2001年家电巨头伊莱克斯推出首款三叶虫智能扫地机器人。紧接着,2002年iRobot推出的Roomba也成了扫地机器人销售中的爆款。

据悉,2014年中国扫地机器人的市场规模接近23亿元人民币,销量为130万台左右。此前,前瞻产业研究院发布的数据显示,预计到2022年全球扫地机器人市场规模将增长至54.6亿美元。广阔的市场前景给扫地机器人品

牌带来了诸多机会,线上监测到的扫地机器人品牌数量逐年提高。我国扫地机器人市场还远未饱和,新进入品牌数量增多。

在线上,扫地机器人的销售也在攀升。2017年“双11”期间,浦桑尼克品牌自动扫地机在11月11日当天仅一个半小时就突破了2000万元的成交量。销量增长的同时,扫地机器人的技术也日趋成熟,每种品牌都有不同的研发方向、拥有特殊的设计,如双吸尘盖、附手持吸尘器、集尘盒可水洗及拖地功能、可放芳香剂,或是光触媒杀菌等功能。

不以高价选购

清洁能力是判断扫地机器人性能是否优秀的重要指标之一。在中消协的比较试验中,产品价格高却不见得清洁效果好。对此,中消协提醒消费者按“需”购买扫地机器人。

中消协指出,消费者在选择扫地机器人产品时,需根据家庭环境需求而选择。如需着重清理头发、宠物毛发,可以选择吸力不错且采用吸口形式的机型,可以省去清理机器滚刷的步骤。有的扫地机器人可以在滚刷和吸口之间切换。滚刷形式的扫地机器人也能很好地清理毛发,不过还需清理机身,使用胶刷形式的机型清理起来相对容易。如果是着重清理灰尘、颗粒,则选择带滚刷、覆盖率高、清洁率高且吸

力强劲的机型。

除此之外,吸尘器工作时,垃圾与灰尘随气流进入吸尘器,经过过滤器后,垃圾与灰尘留在储灰箱内,而空气经过滤后再排出吸尘器进入室内。中消协提醒,目前,不少扫地机器人在出风口处已经使用了HEPA滤网,对于细微灰尘的过滤起到了非常好的效果。不过在购买时要注意机器出风口朝向的设计,否则尾部出风口的强风可能会将地面上未清扫的灰尘、污物吹起,造成二次污染。市面上不少产品已将出风口的风向朝上,避免直吹地面,消费者在选择时应尽量选择该类样品。

北京商报记者 吴文治 王维祯



记者根据中消协的比较试验结果
选取3款扫地机器人

清理毛发

小米-米家 SDJQRRR 售价1699元

购买渠道:小米商城

介绍:整机浮动贴合地面,强大的高静压风机可以有效吸尘,同时配合边刷横扫、滚刷竖卷等立体清扫系统可以轻松吸起浮土灰尘、毛发、碎屑,更可深度清洁地板、地砖缝隙积尘。



清理地板

艾罗伯特 Roomba 980 售价6999元

购买渠道:苏宁易购

介绍:具备吸力增强的进阶版三重高效清洁系统,在劲吸进行模式下,地毯和地垫上的清洁能力提高10倍。

清理边角

飞利浦 FC8832 售价3199元

购买渠道:京东商城

介绍:远程智能App一键遥控清洁任务,全方位吸嘴扩大吸尘范围强大,拒绝细小灰尘残留。

